

СИНЕРГІЯ ВИСТАВКОВИХ ЗАХОДІВ – НОВИЙ ШЛЯХ РОЗВИТКУ ОСВІТЯНСЬКОГО ПРОСТОРУ

У сучасному освітньому просторі виникає гостра необхідність пошуку і реалізації конкурентних переваг ЗВО, різних напрямків і способів підвищення їх ефективної роботи, що визначило доцільність використання широкого спектра синергетичних ефектів, професійне розкриття і управління якими дозволить якісно підвищити ефективність діяльності ЗВО в цілому.

Це, в свою чергу, визначає актуальну необхідність використання синергетичних процесів, в тому числі і виставкових заходів, ефектів для розвитку та ефективності діяльності ЗВО.

Варто зауважити, що термін синергія грецького походження і складається з двох складових частин – «syn» – «разом», «ergeia» – «праця» і є особливим ефектом, який досягається за рахунок взаємодії групи чинників [1].

В сучасній діловій практиці синергія, синергізм розглядається як спільне, взаємодоповнює і взаємозалежні дії двох або більше факторів в якомусь одному напрямку. При цьому актуальність на сучасному етапі синергетики визначається особливим станом досить складних систем в умовах нестабільності, рівноваги, а відповідно, і динаміки їх самоорганізації.

На сучасному етапі розвитку інноваційних та інформаційних технологій спеціалісти різних галузей та сфер діяльності вимушені постійно підвищувати свій кваліфікаційний рівень, тобто спостерігати за курсом змін та розвитку новітніх технологій та обладнання. Відповідно знання, які

вони отримали раніше у ЗВО поступово втрачають свою цінність та актуальність. Спеціалісти, що мають досвід практичної діяльності втрачають свою конкурентоздатність. Той час, коли можна було, отримавши диплом у ЗВО успішно працювати за однією спеціальністю все життя вже минуло.

У спеціалістів виникає необхідність підтримувати свою кваліфікацію та сучасному рівні, постійно актуалізуючи знання та вміння. Слід зазначити, що керівники відомих компаній та організацій, робота яких планується на довготривалу перспективу, зрозуміли, що досягти якісних рішень досить складно, якщо не зробити кроки в сфері підготовки професійного персоналу. Отже, ефективніше та набагато простіше підвищувати кваліфікацію співробітників, у яких є досвід роботи в організації ніж наймати нових, що не мають відповідного досвіду.

На допомогу класичним технологічним аспектам навчання у ЗВО приходять нові, зокрема, *інтерактивні технології навчання (ІТН)*.

Як пояснюють О. Пометун та Л. Пироженко, «інтерактив» в пер. з англійської від слова «inter» – взаємний і «act» – діяти [2].

Тому в деяких вітчизняних ЗВО впроваджують систему додаткової професійної освіти з використанням інтерактивних технологій навчання.

Варто зауважити, що для учасників різних сфер діяльності мотивація щодо підвищення кваліфікації є багатогранною (рис. 1).

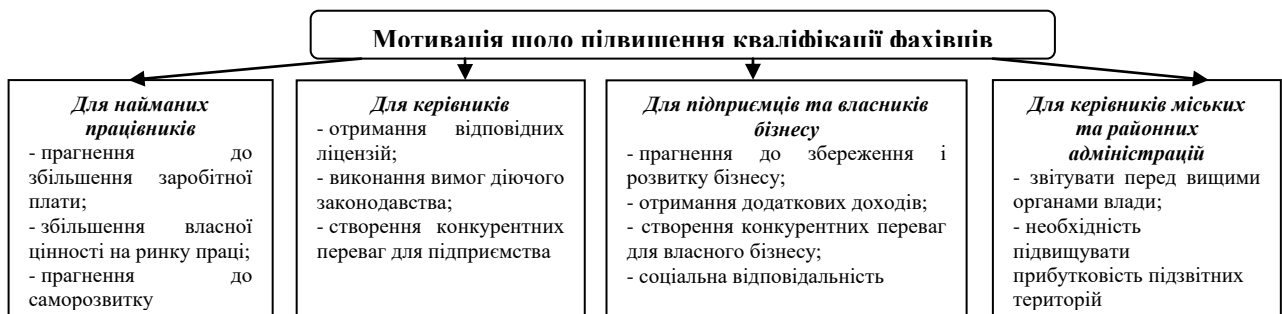


Рис. 1 Різновиди мотивації щодо підвищення кваліфікації фахівців

Поняття додаткової мотивації – це не тільки професійна перепідготовка, курси підвищення кваліфікації, стажування, тренінги, але й навчальні семінари, майстер-класи, конференції, симпозиуми, ознайомлювальні поїздки, виставкові заходи,

польові демонстрації, презентації, консультації та інші методи впровадження знань.

Слід звернути увагу на те що, кадровий інноваційний потенціал будь-якого підприємства є мірою здатності і готовності персоналу та

керівництва підприємства здійснювати активну інноваційну діяльність з метою створення інноваційної продукції та виконання комунікаційних та комерційних робіт для її просування під час виставкового та поствиставкового етапів виставкових заходів [3].

Сьогодні сучасне класичне і додаткове навчання передбачає не тільки теоретичний, а й прикладний та практичний характер. Для успішного впровадження освітніх програм потрібна не тільки аудиторія з відповідним новітнім обладнанням, а також виробнича та лабораторна база. Так, студенти КНУТД набувають практичних навичок під час участі у виставкових заходах в МВЦ, зокрема на щорічному міжнародному фестивалі моди Kyiv fashion. На ньому вони демонструють нові моделі одягу та взуття, презентують нову продукцію та інформаційні матеріали КНУТД на виставковому стенді університету.

Звичайно, студенти повинні отримувати знання не тільки вивчаючи плакати або продивляючись відеофільми. Професійний фахівець не може утворитися зі студента, який своїми руками не виконував лабораторних чи практичних робіт на обладнанні, чи не використовував новітні технології та інноваційні процеси, які відповідають його спеціальності.

Слід зазначити, що ЗВО щорічно придбати сучасне і дороге обладнання досить фінансово складно.

За допомогою участі у виставкових заходах в МВЦ та інших виставкових центрах і організаціях виникає нова можливість демонструвати студентам ЗВО сучасне обладнання та технології. Також постійна участь у виставкових заходах, зокрема на виставці «Освіта та кар'єра» у Національному центрі ділового та культурного співробітництва «Український дім» дає змогу покращувати імідж та ділову репутацію КНУТД.

На даній виставці виникає можливість пошуку нових студентів-першокурсників, та роботодавців для працевлаштування майбутніх випускників.

Форми підготовки спеціалістів для роботи на виставках відбуваються на всіх етапах виставкової діяльності до виставкової, виставкової та поствиставкової [4].

В той же час на до виставковому етапі впроваджуються три форми підвищення кваліфікації: 1) загальноосвітня, яка передбачає програмні курси підвищення кваліфікації заплановані підприємствами-експонентами, виставковими організаціями, торговими палатами та навчання у ЗВО; 2) спеціальна, яка передбачає групову підготовку, майстер-класи, тренінги, семінари та ін.; 3) індивідуальна, яка спрямована на саморозвиток та самонавчання.

Слід зазначити, що вигода від участі у виставкових заходах для підприємств-експонентів полягає не тільки в прямих продажах, а й

покращенні ділової репутації та іміджу підприємства, пошуку нових партнерів та потенційних споживачів.

Як зазначає Кейт Р. Дж. [5, р. 35-38], виставки є хронометристами прогресу, площиною та розповсюдженням інформації запуску та апробації інноваційних процесів в галузі.

Також, варто зауважити, що викладачі ЗВО приводять студентів на виставкові заходи для ознайомлення з новинками та з сучасним обладнанням та технологіями наочно. Досить часто майбутні фахівці віддають перевагу працювати з новітнім обладнанням, та за інноваційними технологіями, які бачили на виставці чи в ЗВО.

Слухачі курсів підвищення кваліфікації завжди з бажанням відвідують виставки. Вони не тільки практики, але й ті, хто впливає або приймає управлінські рішення на підприємствах і в організаціях. Вони є особливо цінними відвідувачами. Якщо студент є тільки можливим майбутнім споживачем, то слухачі курсів є споживачі сьогодення.

Отже, система додаткового навчання дає змогу своєчасно перебувати фахівцям у часі сучасного світу передових технологій та інновацій. Слухачі різноманітних курсів в свою чергу – є представниками цільової групи споживачів, потенційними споживачами представленої на виставкових заходах інноваційної продукції, технологій і обладнання. Вони є першочерговими отримувачами інформації про новинки в сфері освіти та бізнесу. Подальша взаємодія виставкових заходів та освітянського простору сприятливо вплине на саморозвиток студентів, як майбутніх фахівців та розквіт виставкового бізнесу і ЗВО.

Література

1. Абдокова Л.З. Фундаментальные исследования. – 2016. – № 10 (часть 3) – С. 581-584.
2. Пометун О., Пирожено Л. Інтерактивні технології навчання: теорія, практика, досвід. – К., 2002. – 135 с.
3. Кирилко Н.М. Формування кадрових інновацій у виставковій діяльності підприємств / Н.М. Кирилко // Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції «Фінансове регулювання зрушень в економіці України» (20 березня, 2019). – Мукачево. – С. – 121-124.
4. Кирилко Н.М. Застосування інтерактивних технологій навчання у закладах вищої освіти (ЗВО) / Кирилко Н.М. // Матеріали III Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Сучасні детермінанти розвитку бізнес-процесів в Україні» (11 квітня, 2019); К.: КНУТД. – С.48-51.
5. Keith R.J. The marketing revolution. – Journal of Marketing. –1960.–No 24. – P. 35 – 38.